

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan tujuan dan manfaat project ini, Maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Perbandingan algoritma Generalized Linear Model (GLM), Deep Learning, Neural Network, Linear Regression, dan Support Machine Vector (SVN) untuk estimasi jumlah peserta yang ideal dalam menyelenggarakan suatu training menggunakan algoritma dengan performance terbaik yaitu algoritma *Generalized Linear Model (GLM)* dengan nilai RMSE (*Root Mean Square Error*) sebesar 49.984. Dan menghasilkan jumlah peserta yang efektif dan ideal adalah sekitar 127 orang untuk menyelenggarakan training
2. Estimasi jumlah biaya iklan dengan menganalisis perbandingan teknik estimasi yaitu Generalized Linear Model (GLM), Deep Learning, Neural Network, Linear Regression, dan Support Machine Vector (SVN) dan algoritma yang memiliki akurasi terbaik menggunakan acuan nilai RMSE (*Root Mean Square Error*) adalah Neural Network dengan Hasil nilai 112929.701. Sedangkan estimasi yang didapatkan untuk jumlah biaya iklan ialah sekitar Rp 317.050,37.
3. Prediksi lama durasi iklan dalam melakukan promosi berbayar dengan membandingkan algoritma Generalized Linear Model (GLM), Deep Learning, Neural Network, Linear Regression, dan Support Machine Vector (SVN) untuk dijadikan acuan proses estimasi. Hasil algoritma terbaik dalam analisis perbandingan algoritma adalah algoritma Linear Regression dengan nilai RMSE (*Root Mean Square Error*) sebesar 1.690. Sedangkan hasil yang didapatkan bahwa lama durasi iklan (dalam hari) yang efektif untuk melakukan promosi adalah sekitar 6 hari.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil pengerjaan project, Hasil akan digunakan oleh PT IlmuKomputerCom Braindevs dalam menentukan biaya iklan dan durasi iklan dalam menyeleggarakan suatu training dalam satu tahun kedepan. Tetapi penulis menyadari hasil yang didapatkan t ini masih belum maksimal untuk meningkatkan profit perusahaan dan masih bisa ditingkatkan. Maka dari itu, berikut merupakan saran dari penulis yang diberikan untuk analisis berikutnya:

1. Analisi terkait biaya iklan harus terus diperbarui bedasarkan data terbaru dan tren sosial media ter update.
2. Prediksi durasi iklan juga harus tetap selalu di prediksi berdasarkan trend teknologi marketing ter update agar jangkauan sosial media lebih luas.
3. Mengerjakan dan menganalis data marketing menggunakan teknik data mining yang terbaru dengan menggunakan algoritma - algoritma yang sudah diperbaiki denga akurasi terbaik.